

A (RE)PRODUÇÃO DE MASCULINIDADES EM UMA CULTURA DE MASSAS: UM DIÁLOGO SOBRE EDUCAÇÃO, GÊNERO E PODER

Myllena Oliveira Portela¹

George Moraes de Luiz²

RESUMO

O presente estudo explora a intersecção entre a cultura de massas e a (re)produção de masculinidades, enfatizando os aspectos educacionais e as dinâmicas de poder. Esta pesquisa se justifica pela necessidade de compreender como as representações midiáticas influenciam a construção de identidades de gênero na sociedade contemporânea. Com base na perspectiva construcionista de gênero, considera-se a masculinidade como uma construção histórico-cultural, influenciada por valores sociais, institucionais e simbólicos. O objetivo principal é analisar criticamente como os processos culturais, especialmente a cultura de massas, influenciam a constituição e manutenção das masculinidades no contexto brasileiro do século XXI. Metodologicamente, a pesquisa fundamenta-se na análise de referenciais teóricos específicos pertinentes ao campo dos estudos de gênero e cultura, integrando as contribuições de Connell sobre masculinidade hegemônica, as análises de Oliveira acerca da evolução das masculinidades e o conceito de indústria cultural e cultura de massas formulado por Adorno e Horkheimer. Incorporaram-se também as reflexões de Louro sobre gênero e educação e os estudos de Medrado sobre representação midiática das masculinidades. Os resultados indicam que: a cultura de massas desempenha um papel central na disseminação e na normatização das masculinidades, reforçando padrões comportamentais que favorecem a manutenção de hierarquias de gênero; a indústria cultural promove ideais de masculinidade baseados na virilidade, na violência e na negação da vulnerabilidade, moldando subjetividades masculinas em consonância com dinâmicas de poder. Conclui-se que tais padrões não são fixos, mas passíveis de resignificação conforme mudanças históricas e sociais. Este estudo contribui para o campo dos estudos de gênero ao evidenciar a complexa relação entre mídia, educação e construção de masculinidades, fornecendo subsídios para futuras intervenções educacionais e políticas públicas.

Palavras-chave: Gênero, Masculinidades, Educação, Cultura de massas, Poder.

INTRODUÇÃO

Tido como um dos princípios organizadores da sociedade, o gênero ocupa posição central nas vivências de homens e mulheres, produzindo prescrições de papéis que assumem dimensões simbólicas, sociais e institucionais, mediadas pelos processos culturais, caracterizados pela historicidade, mutabilidade e diversidade (Garcia, 1998). À vista disso, a masculinidade, de acordo com Oliveira (2004), representa um lugar

¹Mestranda em Educação pela Universidade Federal de Rondonópolis (UFR), myllena.portela@aluno.ufr.edu.br;

² Professor orientador: Doutor em Psicologia Social e Docente do Curso de Mestrado em Educação na Universidade Federal de Rondonópolis - UFR, george@ufr.edu.br;
Agradecimento ao apoio financeiro fornecido pela CAPES.



simbólico e/ou imaginário que estrutura as subjetividades e é definida como uma significação ou ideal culturalmente desenvolvido que acarreta comportamentos específicos socialmente sancionados. Assim, a masculinidade é interpretada como uma lei que opera na constituição de identidades e compreende todos os objetos da vida social.

Resultante de diferentes inserções dos homens na estrutura socioeconômica, política e cultural, produzem-se masculinidades distintas articuladas a aspectos de nacionalidade, raça, etnia, religião, profissão e sexualidade, dentre outros (Garcia, 1998; Oliveira, 2004), descritas como hegemônicas, subordinadas, de cumplicidade ou marginalizadas (Connell, 1995). A primeira corresponde a uma performance altamente idealizada, que reforça valores e comportamentos atrelados à agressividade, violência, distanciamento emocional e práticas de risco (Garcia, 1998). Nesse sentido, a ênfase em formas de masculinidade pode ser pensada a partir da cultura de massas, compreendida como um espaço de produções simbólicas com potencial político e de propagação de valores morais sob uma pretensão de exercício de poder (Mira, 2003; Fianco, 2017).

Considerando esse cenário, este estudo explora a intersecção entre cultura de massas e a (re)produção de masculinidades, enfatizando os aspectos educacionais e as dinâmicas de poder. A pesquisa se justifica pela necessidade de compreender como representações midiáticas influenciam a construção de identidades de gênero na contemporaneidade, uma vez que a indústria cultural exerce papel central na difusão de valores e ideais normativos. Objetiva-se, deste modo, analisar criticamente como os processos culturais, especialmente a cultura de massas, influenciam a constituição e manutenção das masculinidades no contexto brasileiro do século XXI, oferecendo subsídios teóricos que ampliem futuras investigações.

Metodologicamente, a investigação se sustenta na análise de referenciais específicos do campo dos estudos de gênero e cultura, mobilizando as contribuições de Connell sobre masculinidade hegemônica, as análises de Oliveira sobre a evolução das masculinidades, o conceito de indústria cultural em Adorno e Horkheimer, além das reflexões de Louro acerca das relações entre gênero e educação e dos estudos de Medrado sobre as representações midiáticas.

Os resultados apontam que a cultura de massas opera como instância central na disseminação e normatização das masculinidades, reforçando padrões de comportamento que perpetuam hierarquias de gênero. Evidencia-se, ainda, que a indústria cultural promove ideais baseados na virilidade, violência e negação da vulnerabilidade, moldando subjetividades masculinas em consonância com dinâmicas de poder. Conclui-se,



entretanto, que esses padrões não são fixos, mas passíveis de ressignificação histórica e social. Assim, este estudo contribui ao campo dos estudos de gênero ao demonstrar a complexa relação entre mídia, educação e masculinidades, apontando possibilidades para reflexões críticas e intervenções educativas e políticas.

METODOLOGIA

O estudo adota abordagem qualitativa de caráter teórico-analítico, orientada por uma perspectiva crítico-reflexiva. O percurso metodológico consistiu na leitura, sistematização e interpretação de referenciais teóricos que abordam gênero, masculinidades, cultura de massas, indústria cultural e educação.

A análise foi conduzida a partir da identificação e organização de eixos temáticos recorrentes no material examinado, entre os quais se destacam: (a) a mídia como veículo de disseminação da masculinidade hegemônica; (b) permanências e adaptações no contexto brasileiro; e (c) novas expressões das masculinidades na cultura digital.

A adoção desse caminho metodológico possibilitou a articulação crítica entre os referenciais selecionados, de modo a evidenciar tanto os mecanismos de produção e manutenção das masculinidades hegemônicas quanto os espaços de disputa e transformação cultural.

REFERENCIAL TEÓRICO

A masculinidade enquanto construção social revela o caráter dinâmico das questões de gênero resultantes de práticas sociais e discursivas cotidianas, cujos sentidos e significados produzidos circulam e se transformam no decorrer da história (Medrado, 1997). Trata-se de uma produção de conhecimento que se dá através da linguagem interativa-coletiva que têm uma função performática marcada pela temporalidade e contextos culturais. Oliveira (2004) explicita, nesse sentido, que a masculinidade não decorre de uma causa simples e imediata, mas de complexas elaborações culturais de modo que

não é possível estabelecer uma relação meramente causal ou unilateral entre alguns fatores históricos e os ideais modernos, dentre os quais o de masculinidade, pois o mito, ainda que gerado na confluência de formações sociais distintas, acaba por nelas refluir, participando ativamente de seus destinos (OLIVEIRA, 2004, p. 20).



Assim, a masculinidade resulta de processos histórico-culturais diversos e simultaneamente, contribui para moldá-los, constituindo-se enquanto um fenômeno indissociável das práticas cotidianas, de modo que seu valor social só é passível de compreensão em paralelo a outros ideais societários e sistemas simbólicos (Oliveira, 2004). Referente à constituição de valor da masculinidade ou de práticas socialmente configuradas como correspondentes à masculinidade (Connell, 1995), a modernidade emerge como momento histórico significativo. A relevância do período referido se dá em vista especificamente das transformações na organização do trabalho, economia e da instituição familiar que marcaram a transição e distinção entre as formas de ser-homem.

Oliveira (2004) descreve as modificações e permanências da masculinidade medieval para a moderna através da ascensão da burguesia e do deslocamento do público para o doméstico, inaugurando a organização familiar monogâmica ou “tradicional”, cuja Connell (1995) vincula à “masculinidade tradicional” e a situa como um produto histórico recente do mundo moderno. Assim, a transição da nobreza para a burguesia possibilitou a incorporação de atributos como competência na realização de tarefas, cultivação da relação conjugal e responsabilidade como características centrais da masculinidade ‘autêntica’. Além disso, a expressão de sentimentos de maneira pública passou a ser definida como um traço não-civilizado.

Características como coragem e bravura, valorizadas em um contexto medieval, adequaram-se ao ideal de homem moderno de modo que a *verdadeira* masculinidade passou a girar em torno da presença ou ausência de tais atributos. A honra masculina, deste modo, foi reformulada. Dos duelos públicos à resolução de conflitos privatizadas, o surgimento da militarização e nacionalismo e da violência ‘civilizada’, o sacrifício, a vitimização dos homens refletidas nas marcas, cicatrizes e mortalidade, tornou-se valorizada.

Acerca disso, Oliveira (2004) descreve que a formação dos Estados modernos foi determinante para a definição de comportamentos socialmente caracterizados como masculinos. Referente aos processos transformativos atrelados às demandas militares-nacionais que moldaram as formas de ser-homem no decorrer da história, Connell (1995) exemplifica

Durante o processo de colonização, o estado tentou controlar a belicosa e violenta masculinidade de fronteira (especialmente nos acampamentos de mineração), promovendo, nos acampamentos agrícolas, em vez disso, um padrão doméstico de patriarcado. Décadas



mais tarde, o próprio estado viu-se envolvido em estimular uma masculinidade violenta, para poder participar das guerras imperiais do início do século XX. Foi fascinante, para mim, ficar sabendo que o então novo esporte do *rugby* foi considerado um importante instrumento de propaganda para o nacionalismo militarista (CONNELL, 1995, p. 191).

A análise realizada por ambos revela como as noções de masculinidades são deliberadamente articuladas por instituições de poder para fins de organização social, ajustando-se às necessidades impostas por diferentes contextos. A entrega absoluta em defesa da pátria e da honra, por exemplo, tornou-se uma obrigação disseminada em todos os segmentos. Ainda que distintos em raça, classe e nacionalidade, o desejo de tornar-se um homem verdadeiro através da violência e do sacrifício se fez comum (Oliveira, 2004). A romantização da guerra, da rivalidade e da dominação do outro como um meio para a conquista da virilidade e da liberdade foi refletida na arte e na política, constituindo-se como um discurso potente que direcionou milhares de homens às trincheiras e consequentemente, à morte.

Embora o enaltecimento da barbárie produzida pelo militarismo e patriotismo tenha parcialmente caído em declínio, o modelo de homem guerreiro permanece em muitos sentidos como parte de uma masculinidade ideal. O homem viril, verdadeiro, é tido como aquele capaz de suportar a dor, aquele que é forte, resistente, destemido e vazio de emoções, exceto pelo sentimento de amor à nação e de ódio àqueles que não a integram.

No contexto pós-guerra, Oliveira (2004) pontua que a fábrica emerge como um novo campo de batalha e em uma mescla das demandas bélicas e, posteriormente, fabris, o homem moderno deveria contemplar em si para além do guerreiro, o trabalhador disciplinado. De todo modo, direta ou indiretamente, a servidão e o sacrifício se constituíram como traços de masculinidade. Em momentos de crise e conflitos, exaltam-se pelas mais diversas vias, modelos de masculinidades pautados na virilidade e força, “homens rijos, com postura ereta e olhar petrificado” (p. 40) ou ainda “corpos esguios, flexíveis, musculosos, faces impressionantes, com olhos que presenciaram milhares de mortes” (p. 29). Em contrapartida, em circunstâncias de equilíbrio social, prezam-se características de uma masculinidade tradicional-familiar.

Da dimensão nacional-mundial à intrafamiliar, os ideais de masculinidade são passíveis de dissimulação e transfiguração que alternam entre o “sublime ao abominável” (Oliveira, 2004, p. 43). Em vista disso, Viveros Vigoya (2018) afirma que a relação das



masculinidades com as distintas violências — política, socioeconômica, conjugal — estão presentes desde o princípio do período colonial e, portanto, a construção das identidades masculinas inerentemente tem acontecido em um contexto de violência histórica, estrutural e sobretudo, cotidiana. Com o aval da ciência, da religião, do sistema jurídico, político e econômico, tal violência tem sido utilizada como ferramenta de organização social sob uma lógica de gênero e sexualidade, a fim de garantir a supremacia masculina. Connell (1995) enfatiza que a política da masculinidade, assim sendo, contempla uma luta contínua por hegemonia. Mesmo na alteração nas formas de ser-homem e nas definições de masculinidades, tais movimentos refletem uma disputa entre diferentes grupos de homens a fim de conquistar ou assegurar posições de privilégio. Acerca disso, a autora exemplifica

Nos últimos duzentos anos da história européia e americana, por exemplo, vimos o padrão hegemônico de masculinidade da classe dominante ser deslocado por uma masculinidade mais racional, mais calculativa, melhor ajustada a uma economia industrial-capitalista e ao estado burocrático. Essa, por sua vez, tem sido contestada por formas de masculinidade que enfatizam o impulso e a violência - o fascismo na metrópole, as masculinidades tipo "cowboy" na fronteira. A forma hegemônica de masculinidade burguesa se dividiu entre formas que enfatizam o conhecimento especializado e formas que enfatizam a dominação e o calculismo egocêntrico (CONNELL, 1995, p. 192).

A partir disso, compreende-se que apesar da submissão à autonegação e dinâmicas de sacrifício, a disputa pelos privilégios fornecidos pela masculinidade hegemônica permanece vigente. Tal processo não está reduzido somente a uma busca por reconhecimento ou inserção social, mas corresponde, sobretudo, à manutenção de posições sociais que asseguram benefícios em variados aspectos, como maior acessibilidade ao poder e liderança e menor responsabilização afetiva-doméstica-familiar, mesmo sob a negociação das próprias subjetividades e vulnerabilidades. A relação submissão-dominação é explicitada por bell hooks (1989) fundamentada, especificamente, sob o dispositivo de racialidade, por exemplo.

A autora aponta que a masculinidade para homens negros existe de forma dicotômica, que se dá em duas dimensões: uma com seus pares e outra com pessoas brancas, principalmente homens brancos. É requerida aos homens negros uma performance social pautada na agressividade a fim de comprovar sua “autenticidade racial”, de modo contrário, frente à adoção de estilos comportamentais caracterizados pela passividade, estes aceitam um *lugar* nos espaços de poder. Através da vigilância e análise contínua, homens negros são submetidos a um tipo particular de controle social a



fim de alcançar a performance *adequada* de masculinidade, que supostamente os retire da condição de não-humanos em um não-lugar.

Constitui-se, portanto, uma luta paradoxal. Em nome do acesso e usufruto a vantagens simbólicas, relacionais e materiais provenientes da desigualdade de gênero, o ideal de masculinidade produz reféns a padrões de comportamento rígidos e autodestrutivos.

No que concerne às diversas produções de sentidos que perpassam as masculinidades, a cultura de massas representa um campo crucial de reflexão, tendo em vista que o consumo de narrativas atravessa as práticas cotidianas e produz afetamentos nos estilos de vida das pessoas e no senso de identidade que estas elaboram, entrelaçando-se com as narrativas da realidade (Mira, 2003).

Para Adorno e Horkheimer (1997), na sociedade de massas há uma propagação de valores morais manipulados que resulta (e concomitantemente, produz) da subjetividade enfraquecida do indivíduo. Os discursos que circulam e integram o meio social são, portanto, *verdades* produzidas que operam como ferramentas de exercício de poder. Neste processo, a singularidade dos sentidos dá lugar ao utilitarismo, de modo que as noções sobre cultura, poder, educação, trabalho e nesse caso, gênero, por exemplo, são elaboradas e têm em si finalidades específicas. A cultura de massas, assim sendo, é instituída como um mecanismo de controle social efetivado pela indústria cultural, que, por sua vez, tem como característica a homogeneização do pensamento, totalidade nas produções culturais, artísticas e midiáticas, reprodução e perpetuação de ideologias de dominação e disciplinarização das pessoas. Trata-se de um sistema cuidadosamente orquestrado de modo a garantir seu funcionamento contínuo e *quase* orgânico, condição propiciada em decorrência de suas diversas ramificações em todo o corpo social. A massificação fundamentada nos processos culturais, portanto, se dá no cotidiano e se torna um conjunto de mediações que, dentre as mais relevantes, encontram-se as relações de gênero (Mira, 2003).

Em crítica à repetição, Adorno e Horkheimer (1997) declaram que “a indústria cultural volta a oferecer como paraíso o mesmo cotidiano” (p. 67). Tal colocação evidencia como em uma cultura de massas o trivial é transformado em idealização, ou seja, insere como novidade padrões previamente estabelecidos. No que diz respeito às masculinidades, o ideal hegemônico é repetidamente comercializado como referência, mantendo-se uma aspiração. Assim, as narrativas (re)produzidas pela mídia auxiliam na manutenção das hierarquias de gênero e, conseqüentemente, na percepção da



masculinidade dominante como aspecto essencial e pré-determinado sob a justificativa de um imperativo biológico ou natural.

Pertinente a isso, Adorno e Horkheimer (1997) salientam que o paradoxo da rotina travestida de natureza se faz presente em todas as manifestações da indústria cultural, fazendo-se tangível em várias destas. Em complemento, para Louro (1997) o essencialismo ou noção biologizante/naturalista dos gêneros têm como função fixar papéis binários e reforçar desigualdades entre homens e mulheres. Ademais, a autora enfoca o caráter performativo dos gêneros, situando-os como produto regulado por discursos sociais, institucionais e culturais. Assim

Observando a imprensa, a televisão e o cinema, a propaganda e a moda, as igrejas, os regulamentos jurídicos e educacionais, perceberemos que todos lançam mão, dentro de suas formas específicas de discurso, de diferentes códigos, símbolos e recursos, no processo de constituição dos sujeitos (LOURO, 1997, p. 100).

Nesse sentido, a mídia, de modo geral, enquanto produto da indústria cultural e ferramenta primordial da massificação dos sujeitos, emerge como veículo primordial na disseminação dos ideais correspondentes ao ser-homem, inibindo as singularidades e a produção de identidades na contramão da norma.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise possibilitou a sistematização dos achados em três categorias principais, evidenciando a forma como a masculinidade hegemônica se constrói e se transforma ao longo do tempo e dos contextos midiáticos:

a) A mídia como veículo de disseminação da masculinidade hegemônica: A mídia, enquanto produto da indústria cultural, emerge como instrumento central de massificação dos sujeitos, difundindo ideais correspondentes ao ser-homem e inibindo singularidades. Até meados do século XX, as representações masculinas eram associadas à autonomia, autoridade e produtividade (Medrado, 1997). Embora as transições nos papéis de gênero tenham se tornado mais visíveis nos comerciais de televisão a partir da década de 1980, aspectos ligados ao desafio, ao risco e à ausência de vulnerabilidade permaneceram em evidência, demonstrando a persistência de um modelo hegemônico mesmo diante de mudanças culturais graduais.



b) Permanências e adaptações no contexto brasileiro:

No caso específico do Brasil, observa-se que a mídia continuava a se apoiar em estereótipos masculinos tradicionais, mesmo diante dos avanços nas discussões sobre gênero e da maior democratização do acesso à informação (Medrado, 1997). Embora novas formas de masculinidade tenham surgido, estas não romperam com o padrão hegemônico: o ideal do homem como provedor, protetor e líder familiar manteve-se influente, sendo apenas ressignificado em diferentes períodos. Assim, as representações midiáticas brasileiras refletem uma adaptação das masculinidades tradicionais, mantendo estruturas de poder consolidadas, mas incorporando elementos contemporâneos de flexibilidade simbólica.

c) Novas expressões das masculinidades na cultura digital:

Com a chegada das plataformas digitais, surge um novo campo de produção da cultura de massas, em que identidades masculinas se articulam a discursos misóginos e à construção de uma masculinidade “real” (Romeiro et al., 2024). Esses discursos extrapolam o ambiente virtual e ressoam em práticas políticas associadas ao patriotismo, à religião e ao militarismo, fortalecendo movimentos “masculinistas” que enfatizam violência, superioridade e autosacrifício. Entre incels, *alphas*, *betas*, *sigmas*, *redpills* e soldados, a noção de masculinidade enquanto símbolo de supremacia permanece inalterada, demonstrando que, mesmo em novos contextos, “a máquina gira sem sair do lugar” (Adorno e Horkheimer, 1997, p. 63).

Podemos pensar tais achados à luz de Louro (2007) e Brandão (2007), por exemplo. Para Louro, o intolerável muitas vezes se trata daquilo que para a maioria é tido como natural. Nesse sentido, os discursos, práticas e normas que circulam e dão sentido à sociedade, como a dinâmica de submissão-dominação da masculinidade hegemônica evidenciada nas categorias acima, devem ser compreendidos enquanto questões coletivas e culturais, que ultrapassam o campo da subjetividade. Louro (2007) também enfatiza a perspectiva transitória e mutável das discussões de gênero, o que permite encará-las como um aspecto indefinido e, assim, ampliar as possibilidades de transformá-las junto à cultura, ao poder, às instituições e às formas de aprender e estar no mundo.

Nesse contexto, faz-se necessário promover uma educação referente ao gênero que questione as oposições consagradas e provoque deslizamentos e alterações, rescindindo os binarismos que estruturam as relações de desigualdade. Trata-se de propiciar reflexões acerca do funcionamento do poder e da fabricação de dicotomias (Louro, 2007), continuamente reforçadas em narrativas de massa e por instituições que

sustentam e legitimam hierarquias sociais. Como ressalta Brandão (2007), ainda que controlada por um sistema político dominante e reprodutora de desigualdades, a educação é inevitável, plural e sobrevive aos sistemas, podendo servir tanto à reprodução da opressão quanto à criação da igualdade e à pregação da liberdade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em suma, a cultura de massas continua a desempenhar um papel primordial na (re)produção das masculinidades, reforçando estereótipos que perpetuam normas de poder e dominação, em consonância com as instituições sócio-políticas, econômicas e educacionais. Por intermédio das produções midiáticas e de comunicação como um todo, determinados modelos de masculinidade pautados na violência e na supremacia são reforçados e almejados, constituindo identidades com novas faces e velhos objetivos.

Nesse sentido, pode-se concluir que a educação se apresenta como uma ferramenta catalisadora para questionar e ressignificar tais construções, possibilitando uma reflexão crítica que escape à massificação ideológica. Essa perspectiva aponta para a relevância prática do estudo, tanto para profissionais e pesquisadores da área quanto para políticas educacionais e sociais voltadas à promoção de igualdade de gênero e desconstrução de hierarquias de poder.

Além disso, os resultados indicam a necessidade de novas pesquisas que aprofundem a compreensão das masculinidades em contextos emergentes, como plataformas digitais e redes sociais, bem como investigações comparativas entre diferentes regiões e grupos sociais. Esses estudos futuros poderiam ampliar o diálogo com as análises apresentadas, permitindo a validação empírica das conclusões e a proposição de intervenções mais efetivas na formação de identidades masculinas menos hierarquizadas e mais inclusivas.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento:** Fragmentos Filosóficos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

HOOKS, bell. **We Real Cool:** black man and masculinity. New York: Routledge, 2004.
BRANDÃO, Carlos Rodrigues. **O que é Educação?** SP: Brasiliense, 2007. (Coleção Primeiros Passos).



CONNEL, R. W. Políticas da masculinidade. **Educação & realidade**, v. 20, n. 2, 1995.

GARCIA, Sandra. Conhecer os homens a partir do gênero e para além do gênero. In: ARILHA, Margareth; RIDENTI, Sandra G. Unbehaum; MEDRADO, Benedito. **Homens e masculinidades: outras palavras**. Editora 34, 1998.

FIANCO, Francisco. Adorno: Ideologia, cultura de massa e crise da subjetividade. **Revista Estudos Filosóficos UFSJ**, n. 4, 2017.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1997.

LOURO, Guacira Lopes. Gênero, sexualidade e educação: das afinidades políticas às tensões teórico-metodológicas. **Educação em Revista**, n. 46, p. 201-218, 2007.

MEDRADO, Benedito. **O masculino na mídia: repertórios sobre masculinidade na propaganda televisiva brasileira**. Dissertação (Mestrado) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Psicologia Social (PUC) São Paulo, p. 148. 1997.

MIRA, Maria Celeste. O masculino e o feminino nas narrativas da cultura de massas ou o deslocamento do olhar. **Cadernos Pagu**, p. 13-38, 2003.

OLIVEIRA, Pedro Paulo de. **A construção social da masculinidade**. Editora UFMG, 2004.

ROMEIRO, N. et al. “Porque eu sou é homem”: categorizações das novas masculinidades no Twitter. In: **XXIII encontro nacional de pesquisa e pós-graduação em ciência da informação**. 2024.

VIVEROS VIGOYA, Mara. **As cores da masculinidade: Experiências interseccionais e práticas de poder na Nossa América**. Rio de Janeiro: Papéis Selvagens, 2018.

